

# Bases Para Realizar Investigación de Mercado

## Entendiendo Su Mercado

Su negocio no tendrá éxito solo porque usted quiere que tenga éxito. El determinar si hay mercado para sus productos o servicios es el momento más crítico en la planeación. Una vez que decida cuál será su producto o servicio, usted debe analizar su mercado; es un proceso que involucra entrevistar a sus competidores, proveedores y nuevos clientes.

Sin embargo, antes de iniciar su investigación de su Mercado, usted debe echar un breve pero minucioso vistazo de su producto o servicio desde un punto de vista objetivo. Haga una lista de verificación en donde contenga las siguientes preguntas:

- ¿Está este producto o servicio en constante demanda?
- ¿Cuántos competidores proveen el mismo servicio o producto?
- ¿Puedo crear demanda para mi producto o servicio?
- ¿Puedo efectivamente competir con precio, calidad y entrega?
- ¿Puedo ponerle precio a mi producto o servicio para proyectar ganancias?

Una vez que esté satisfecho de que las preguntas hayan sido contestadas, entonces inicie con su investigación.

La investigación de mercado es extremadamente beneficiosa; la información recabada puede incrementar su potencial de ganancias al igual que el éxito y la longevidad de su negocio. Con los rápidos cambios que ocurren en el mundo, la información actualizada es vital para continuar vivo y crecer su negocio.

## Investigación de Mercado

- Muestra planteamientos alternativos a su mercado.
- Provee una base más exacta para hacer suposiciones de utilidades.
- Ayuda en la organización de planes de mercadotecnia.
- Asiste en el desarrollo de metas a corto/mediano plazo.
- Desglosa sus límites de utilidades del mercado.

Desafortunadamente, muchos empresarios fracasan en completar esta sección crítica del plan de negocio. El coleccionar los datos de la investigación, puede ser frustrante a menos que haya definido sus metas y haya organizado el proceso de colección y análisis. Para prevenir que esto suceda, usted debe planear cómo va usted a reunir, ordenar y analizar la información. Mantener un cuaderno de notas y un archivo en donde pueda almacenar, organizar y sacar la información cuando se necesite.



Materials supplied in cooperation with the Washington and Arkansas SBDCs



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

## Preguntas a Preguntar

Su investigación debe hacer estas preguntas:

- ¿Quiénes son sus clientes?
- ¿Dónde están localizados?
- ¿Cuáles son sus necesidades y recursos?

¿Sus servicios o productos son esenciales en sus actividades diarias?

- ¿El cliente reconoce que tiene un problema y si es así, le interesa remediarlo o simplemente continuar trabajando con lo que están usando ahora?
- ¿Es costeable para su cliente su producto o servicio?
- ¿Qué tan frecuente compra su producto o servicio?
- ¿Dónde puede crear demanda por su servicio o producto?
- ¿Qué áreas de su mercado se están decadencia o en ascenso?
- ¿Cuál es la economía general de su servicio o producto en el área?

## Información de Mercado

Conociendo su mercado no requiere únicamente el conocimiento de su producto sino el conocer las condiciones socio-económicas de sus clientes. Esta información le servirá como un mapa para saber qué es lo que se avecina.

Más información de mercadeo se puede encontrar en:

- Listas de bibliotecas de asociaciones industriales y publicaciones.
- Estudios de tendencias de crecimiento de organizaciones de planeación regional.
- Bancos, corredores de bienes raíces y compañías de seguros.
- Competidores.
- Encuestas de clientes en su área de mercado.
- Publicaciones del Gobierno de los Estados Unidos.

Una vez que haya obtenido y analizado esta información, sera la fundación para su plan de negocios. Investigar información es importante porque apoya las suposiciones básicas de su proyección financiera...su razón de formar un negocio.



Materials supplied in cooperation with the Washington and Arkansas SBDCs



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

# Resumen

Para tener éxito, el dueño de un pequeño negocio debe conocer su mercado. La investigación de mercado es una simple manera ordenada y objetiva de conocer a las personas...las personas que le comprarán a usted.

## Información de Mercadotecnia. Recursos en el internet

- [Advertising Age-Ad & Marketing Industry News](#)
- [Ageless Marketing Blog](#)
- [Marketing Power-American Marketing Association](#)
- [B2B Marketingbiz.com](#)
- [Podcasting Archives:Church of the Customer](#)
- [Market Research for Exporting](#)
- [Creating Customer Evangelists](#)
- [Marketing Engineering-Computer Assisted Marketing Analysis and Planning](#)
- [MarketingProfs: Marketing Resources for Marketing Professionals](#)
- [Marketing Research Association](#)
- [MarketingSherpa: Practical Case Studies and Know-How](#)
- [Marketing Teacher Homepage](#)
- [Marketing PowerPoint](#)
- [MediaPost Advertising & Media Directory](#)
- [PR Toolkit for Small Businesses](#)
- [Radio Advertising Bureau](#)
- [Marketing & Advertising from Allbusiness](#)
- [Customer-Driven Marketing](#)
- [Internet Marketing Tips](#)
- [Free Online Marketing Courses](#)
- [The Six Simple Principles of Viral Marketing](#)
- [Business Owner's Toolkit: Marketing Your Product](#)
- [FREE Marketing Research Resources @ResearchInfo.com](#)

## Información de Gobierno Federal/Estatal/Local

- [Washington Department of Commerce](#)
- [Better Business Bureau \(BBB\)](#)
- [U.S.Department of Commerce](#)
- [Bureau of Economic Analysis](#)
- [Bureau of Labor Statistics](#)
- [U.S.Government's Official Business Link](#)
- [U.S.Government-Women Owned Businesses](#)



Materials supplied in cooperation with the Washington and Arkansas SBDCs



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

- [U.S. Census Bureau](#)
- [U.S.Census-Current Industrial Reports](#)
- [U.S. Census-Business & Industry](#)
- [NAICS-North American Industry Classification System](#)
- [State and County QuickFacts](#)
- [U.S.Census Statistical Abstract](#)
- [Center for Minority Veterans](#)
- [Department of Veterans Affairs](#)
- [Center for Women Veterans](#)
- [The World Factbook-C.I.A.](#)
- [Consumer Product Safety Commission \(CPSC\)](#)
- [NTIS-FedWorld](#)
- [STAT-USA](#)
- [Dept. of Defense-SBIR/STTR Programs](#)
- [Dept. of Labor Compliance Assistance](#)
- [Dept. of Labor elaws-employment laws assistance for Workers and Small Businesses](#)
- [Employee Benefits Security Administration](#)
- [ESA Employment Standards Administration](#)
- [Occupational Safety & Health Administration \(OSHA\)](#)
- [Office of Small Business Programs-Dept. of Labor](#)

### **Estadísticas de Economía**

- [U.S. Dept. of Commerce Bureau of Economic Analysis](#)
- [U.S. Bureau of Labor Statistics](#)
- [Business & Industry Stats - U.S. Census Bureau](#)
- [STAT-USA](#)
- [Small Business Administration \(SBA\) – Research and Economic Statistics](#)
- [Economic Indicators](#)
- [Federal Statistics Directory](#)
- [Journal of Business & Economic Statistics](#)
- [The Economic Statistics Briefing Room](#)

### **Estadísticas y Datos de Compañías e Industrias**

- [Free Business Statistics and Financial Ratios](#)
- [Business and Financial News](#)
- [Current Industrial Reports U.S. Census Bureau](#)
- [U.S. Economic Stats and International Market and Trade Reports](#)
- [Safety Standard Industrial Classification \(SIC\) System Search](#)
- [S.E.C. EDGAR System](#)
- [Information for Small Businesses from S.E.C.](#)
- [Standard and Poor's Homepage](#)
- [Yahoo! Industry Center Performance Information](#)



Materials supplied in cooperation with the Washington and Arkansas SBDCs



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA

## Información de Negocios Internacionales

- [A Basic Guide to Exporting : Exporting 101](#)
- [Thomas Global-A Complete Directory](#)
- [Central Intelligence Agency \(CIA\) - The World Factbook](#)
- [EuroPages : The European B2B Search Engine](#)
- [Inter-American Development Bank](#)
- [International Council for Small Business \(ICSB\)](#)
- [International Trade Administration](#)
- [ZANA Network Basic Exporting Guide](#)
- [International Business Planning](#)
- [Fair Trade Federation](#)
- [U.S. Dept. of Commerce-Official Export Promotion Magazine](#)
- [World Trade Ref](#)
- [International Business Brokers Association](#)
- [Small Business Administration \(SBA\)-International Trade](#)



Materials supplied in cooperation with the Washington and Arkansas SBDCs



Funded in part through a cooperative agreement with the U.S. Small Business Administration. All opinions, conclusions or recommendations expressed are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the SBA